COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois-Perret, le 04 juin 2020

Mediametrie

Audience Internet Global en France en avril 2020

3 heures de surf par jour en avril pendant le confinement, soit 46% de plus qu'il y a un an

En avril 2020, pendant la période de confinement, chaque Français a passé en moyenne 3h par jour à surfer sur internet, quel que soit l'écran, soit une hausse de 46% par rapport à avril 2019. Cette croissance est tirée par diverses activités permettant de communiquer, s'informer ou encore consommer.

En moyenne, 74% des Français ont navigué quotidiennement sur internet au mois d'avril. Cela représente 46,4 millions d'internautes, soit 1,5 million de plus qu'un an auparavant.

Ces internautes, plus nombreux, ont également passé davantage de temps sur chaque écran. Une hausse particulièrement visible sur le téléphone mobile, le temps de surf quotidien par Français ayant atteint 1h52, soit +47% par rapport à avril 2019.

La progression du temps de surf sur ordinateur est plus modérée (+34%) mais le temps de connexion quotidien dépasse les 43 minutes par jour.

Top 20 Activités pendant le confinement – Avril 2020

	Sous-catégories	**Top Audience jour moyen** (visiteurs uniques)	**Progression Audience Jour Moyen** vs avril 2019 (en %)
1	**Blogs / Sites communautaires**	37 207 000	10%
2	**Portails généralistes**	34 696 000	11%
3	**Messageries instantanées**	26 401 000	38%
4	**Vidéos / Cinéma**	26 062 000	21%
5	**E-Mail**	25 855 000	13%
6	**Actualités**	22 046 000	31%
7	**Moteurs de recherche**	20 649 000	-5%
8	**Outils internet / Services en ligne**	20 265 000	17%
9	**Jeux en ligne**	19 966 000	19%
10	**Sites marchands généralistes**	17 575 000	28%
11	**Editeurs de logiciel**	14 039 000	17%
12	**Banque**	13 931 000	8%
13	**Sites corporate**	12 628 000	29%
14	**Informations spécialisées**	11 197 000	38%
15	**Santé / Bien-être / Nutrition**	10 775 000	62%
16	**Multi-catégories - Divertissement**	10 566 000	42%
17	**Mode / Beauté**	9 921 000	31%
18	**Service public / Gouvernement**	9 752 000	55%
19	**Cuisine / Gastronomie**	9 438 000	60%
20	**Fabricants de matériel**	9 242 000	37%

Audience Internet Global, avril 2020 - copyright Médiamétrie//NetRatings

Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings - Audience Internet Global - Tous lieux de connexion - France – Avril 2020 - Base : 2 ans et plus
Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

Top 50 des Groupes les plus visités en France

Rang	Groupes	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques moyens par jour
1	Google	52 103 000	41 421 000
2	Facebook	49 047 000	37 285 000
3	Microsoft	42 758 000	17 359 000
4	Groupe Figaro CCM Benchmark	39 363 000	8 627 000
5	Groupe TF1	35 695 000	6 477 000
6	WEB66	35 599 000	10 078 000
7	Prisma Media	35 164 000	9 118 000
8	Altice France	33 600 000	8 856 000
9	Webedia	33 389 000	5 257 000
10	Wikimedia Foundation	31 989 000	5 194 000
11	Amazon	31 776 000	6 334 000
12	francetélévisions	30 703 000	5 633 000
13	M6	30 189 000	4 749 000
14	Groupe Le Monde	29 859 000	6 104 000
15	Orange	28 215 000	10 036 000
16	Vivendi	26 669 000	3 401 000
17	La Poste	26 344 000	5 440 000
18	Verizon Media	25 460 000	8 939 000
19	Groupe Credit Agricole	25 434 000	5 576 000
20	Groupe Casino	25 249 000	3 710 000
21	Groupe Les Echos - Le Parisien	24 961 000	3 492 000
22	Gouvernement Français	24 327 000	2 222 000
23	Adevinta	24 227 000	5 088 000
24	Groupe Auchan	24 027 000	3 125 000
25	Solocal Group	23 409 000	2 192 000
26	Radio France	21 761 000	2 658 000
27	Snapchat	21 717 000	15 405 000
28	20 Minutes France	21 318 000	3 014 000
29	Groupe Fnac Darty	20 677 000	1 842 000
30	Apple Inc.	20 503 000	8 997 000
31	ReWorld Media	20 488 000	2 139 000
32	CMI France	20 103 000	2 612 000
33	Twitter	19 834 000	5 252 000
34	Groupe Lagardere	19 704 000	1 928 000
35	Ministere de l Education Nationale et de la Jeunesse	18 928 000	3 218 000
36	Pinterest.com	18 782 000	3 085 000
37	NetFlix	18 745 000	4 570 000
38	Ministere de l Interieur	18 552 000	1 985 000
39	Ministere de l Economie et des Finances	18 169 000	1 631 000
40	Samsung Group	17 569 000	3 239 000
41	Carrefour	16 431 000	2 068 000
42	Publihebdos	15 226 000	1 832 000
43	Iliad	14 490 000	2 206 000
44	E.Leclerc	14 265 000	1 904 000
45	Assurance Maladie	14 247 000	1 554 000
46	PayPal	14 119 000	1 246 000
47	Le Point	13 664 000	1 254 000
48	Doctolib	13 631 000	1 217 000
49	Groupe Amaury	13 585 000	2 062 000
50	eBay	13 541 000	1 500 000

Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings - Audience Internet Global - Tous lieux de connexion - France - Avril 2020 - Base : 2 ans et plus
Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

Répartition écrans du Top 50 des Groupes les plus visités en France

Rang	Groupes	Visiteurs uniques par mois	% des VU ayant utilisé l'Ordinateur	% des VU ayant utilisé le Mobile	% des VU ayant utilisé la Tablette
1	Google	52 103 000	70,1	81,8	45,9
2	Facebook	49 047 000	49,7	85,5	38,9
3	Microsoft	42 758 000	75,1	60,1	24,9
4	Groupe Figaro CCM Benchmark	39 363 000	52,1	75,5	18,1
5	Groupe TF1	35 695 000	40,1	74,1	24,1
6	WEB66	35 599 000	36,8	79,4	21,4
7	Prisma Media	35 164 000	36,8	78,4	19,2
8	Altice France	33 600 000	42,8	76,9	19,0
9	Webedia	33 389 000	45,3	70,1	18,4
10	Wikimedia Foundation	31 989 000	42,9	73,4	14,5
11	Amazon	31 776 000	51,3	64,7	19,3
12	francetélévisions	30 703 000	31,9	76,2	20,7
13	M6	30 189 000	35,3	75,3	18,8
14	Groupe Le Monde	29 859 000	33,9	78,4	16,7
15	Orange	28 215 000	50,4	66,8	15,6
16	Vivendi	26 669 000	36,7	69,5	19,7
17	La Poste	26 344 000	54,9	59,6	14,3
18	Verizon Media	25 460 000	32,7	73,8	17,2
19	Groupe Credit Agricole	25 434 000	47,1	63,7	11,9
20	Groupe Casino	25 249 000	43,3	63,6	18,6
21	Groupe Les Echos - Le Parisien	24 961 000	34,3	73,4	16,0
22	Gouvernement Francais	24 327 000	48,6	64,5	9,3
23	Adevinta	24 227 000	37,7	65,4	21,3
24	Groupe Auchan	24 027 000	48,4	61,6	16,6
25	Solocal Group	23 409 000	47,1	59,9	12,6
26	Radio France	21 761 000	29,8	74,7	14,2
27	Snapchat	21 717 000	0,4	98,6	2,7
28	20 Minutes France	21 318 000	24,9	78,0	14,8
29	Groupe Fnac Darty	20 677 000	45,8	57,6	15,9
30	Apple Inc.	20 503 000	28,5	54,9	46,7
31	ReWorld Media	20 488 000	29,2	72,2	13,9
32	CMI France	20 103 000	29,7	74,4	12,2
33	Twitter	19 834 000	36,4	62,7	19,1
34	Groupe Lagardere	19 704 000	35,9	70,1	11,5
35	Ministere de l Education Nationale et de la Jeunesse	18 928 000	63,2	44,1	14,7
36	Pinterest.com	18 782 000	43,0	56,5	16,9
37	NetFlix	18 745 000	34,9	65,9	16,2
38	Ministere de l Interieur	18 552 000	44,2	66,5	5,7
39	Ministere de l Economie et des Finances	18 169 000	75,4	30,8	7,4
40	Samsung Group	17 569 000	9,6	77,6	27,0
41	Carrefour	16 431 000	43,7	58,7	16,1
42	Publihebdos	15 226 000	20,5	79,2	12,5
43	Iliad	14 490 000	69,7	31,0	11,0
44	E.Leclerc	14 265 000	43,4	55,8	17,2
45	Assurance Maladie	14 247 000	62,5	43,0	8,0
46	PayPal	14 119 000	44,7	53,3	16,0
47	Le Point	13 664 000	21,2	78,6	11,7
48	Doctolib	13 631 000	32,4	68,0	12,6
49	Groupe Amaury	13 585 000	16,5	74,9	19,4
50	eBay	13 541 000	47,0	53,9	12,3

Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings - Audience Internet Global - Tous lieux de connexion - France - Avril 2020 - Base : 2 ans et plus
Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

Top 50 des Marques les plus visitées en France

Rang	Marques	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques moyens par jour
1	Google	51 711 000	39 326 000
2	YouTube	48 254 000	22 193 000
3	Facebook	48 017 000	31 921 000
4	WhatsApp	32 828 000	16 850 000
5	Instagram	31 784 000	13 021 000
6	Wikipedia	31 705 000	5 075 000
7	Amazon	31 074 000	6 145 000
8	franceinfo - T ACPM/OJD	27 359 000	4 728 000
9	Orange - T ACPM/OJD	27 186 000	9 840 000
10	Le Figaro - T ACPM/OJD	26 655 000	3 794 000
11	Yahoo	24 780 000	8 576 000
12	Microsoft	24 396 000	5 234 000
13	Marmiton	24 034 000	2 885 000
14	Le Journal des Femmes - T	23 944 000	2 393 000
15	Linternaute.com - T	23 828 000	2 134 000
16	Tele Loisirs - T ACPM/OJD	23 532 000	4 585 000
17	Ouest France - T ACPM/OJD	23 513 000	3 339 000
18	Leboncoin.fr - T	23 114 000	4 882 000
19	BFM TV - T ACPM/OJD	23 010 000	3 861 000
20	Cdiscount	22 869 000	2 973 000
21	Le Monde - T ACPM/OJD	22 475 000	3 818 000
22	Le Parisien - T ACPM/OJD	22 243 000	2 656 000
23	Snapchat - T ACPM/OJD	21 717 000	15 405 000
24	20 Minutes - T ACPM/OJD	21 317 000	3 013 000
25	Windows Live	21 210 000	3 822 000
26	Apple	20 497 000	8 993 000
27	LA POSTE	20 167 000	2 943 000
28	Femme Actuelle - T ACPM/OJD	20 036 000	2 090 000
29	Twitter	19 731 000	5 220 000
30	LinkedIn	19 480 000	3 730 000
31	Pinterest	18 782 000	3 085 000
32	Netflix	18 745 000	4 570 000
33	PagesJaunes - T	18 595 000	1 510 000
34	Ministere de l Interieur	17 612 000	1 896 000
35	Samsung	17 420 000	3 193 000
36	Fnac	17 314 000	1 437 000
37	impots.gouv.fr	16 680 000	1 369 000
38	Dailymotion - T	15 784 000	1 081 000
39	SFR	15 779 000	4 109 000
40	France Bleu - T ACPM/OJD	15 518 000	1 361 000
41	Service-Public.fr	15 405 000	971 000
42	Outlook	15 393 000	6 745 000
43	Actu.fr - T ACPM/OJD	15 221 000	1 831 000
44	cuisineAZ.com - T	15 152 000	1 305 000
45	LCI - T ACPM/OJD	14 508 000	1 328 000
46	MSN	14 392 000	3 238 000
47	AlloCine - T	14 285 000	1 210 000
48	Le HuffPost - T ACPM/OJD	14 265 000	1 363 000
49	OneDrive	14 179 000	1 973 000
50	E.Leclerc	14 123 000	1 883 000

Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings - Audience Internet Global - Tous lieux de connexion - France - Avril 2020 - Base : 2 ans et plus
Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

Répartition écrans du Top 50 des Marques les plus visitées en France

Rang	Marques	Visiteurs uniques par mois	% des VU ayant utilisé l'Ordinateur	% des Vu ayant utilisé le Mobile	% des VU ayant utilisé la Tablette
1	Google	51 711 000	68,1	82,3	45,0
2	YouTube	48 254 000	53,0	79,3	34,7
3	Facebook	48 017 000	49,4	83,1	39,1
4	WhatsApp	32 828 000	5,4	98,4	1,8
5	Instagram	31 784 000	16,6	86,8	17,2
6	Wikipedia	31 705 000	42,4	73,2	14,3
7	Amazon	31 074 000	52,2	63,9	18,2
8	franceinfo - T ACPM/OJD	27 359 000	27,2	78,2	18,1
9	Orange - T ACPM/OJD	27 186 000	50,2	66,3	15,5
10	Le Figaro - T ACPM/OJD	26 655 000	39,4	72,3	13,2
11	Yahoo	24 780 000	31,5	73,9	16,8
12	Microsoft	24 396 000	73,6	36,3	13,4
13	Marmiton	24 034 000	28,0	68,5	23,4
14	Le Journal des Femmes - T	23 944 000	30,4	71,5	14,2
15	Linternaute.com - T	23 828 000	39,4	67,3	11,6
16	Tele Loisirs - T ACPM/OJD	23 532 000	26,2	76,0	14,2
17	Ouest France - T ACPM/OJD	23 513 000	29,3	75,5	14,2
18	Leboncoin.fr - T	23 114 000	38,0	64,9	20,6
19	BFM TV - T ACPM/OJD	23 010 000	25,0	79,0	15,2
20	Cdiscount	22 869 000	42,1	61,1	19,1
21	Le Monde - T ACPM/OJD	22 475 000	28,9	76,9	14,4
22	Le Parisien - T ACPM/OJD	22 243 000	32,1	72,5	14,7
23	Snapchat - T ACPM/OJD	21 717 000	0,4	98,6	2,7
24	20 Minutes - T ACPM/OJD	21 317 000	24,9	77,9	14,8
25	Windows Live	21 210 000	60,1	35,4	28,3
26	Apple	20 497 000	28,5	54,9	46,8
27	LA POSTE	20 167 000	56,6	52,9	11,3
28	Femme Actuelle - T ACPM/OJD	20 036 000	30,7	71,2	15,5
29	Twitter	19 731 000	36,5	62,5	19,2
30	LinkedIn	19 480 000	31,4	63,9	26,2
31	Pinterest	18 782 000	43,0	56,5	16,9
32	Netflix	18 745 000	34,9	65,9	16,2
33	PagesJaunes - T	18 595 000	42,6	59,2	13,3
34	Ministere de l Interieur	17 612 000	41,9	68,0	5,4
35	Samsung	17 420 000	9,5	77,7	27,1
36	Fnac	17 314 000	42,5	57,6	16,0
37	impots.gouv.fr	16 680 000	76,7	27,0	7,2
38	Dailymotion - T	15 784 000	22,5	69,3	20,6
39	SFR	15 779 000	39,5	60,0	16,0
40	France Bleu - T ACPM/OJD	15 518 000	24,3	74,5	12,1
41	Service-Public.fr	15 405 000	50,1	57,2	6,0
42	Outlook	15 393 000	53,5	57,7	8,5
43	Actu.fr - T ACPM/OJD	15 221 000	20,5	79,3	12,5
44	cuisineAZ.com - T	15 152 000	26,6	71,4	15,5
45	LCI - T ACPM/OJD	14 508 000	24,9	75,8	11,2
46	MSN	14 392 000	88,0	17,3	-
47	AlloCine - T	14 285 000	33,3	67,6	11,5
48	Le HuffPost - T ACPM/OJD	14 265 000	21,4	79,5	11,1
49	OneDrive	14 179 000	77,1	26,6	4,6
50	E.Leclerc	14 123 000	43,4	55,6	17,3

Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings - Audience Internet Global - Tous lieux de connexion - France - Avril 2020 - Base : 2 ans et plus
Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

La mesure de l'Audience Internet Global

Méthodologie, Définitions et Indicateurs

La mesure d'Audience Internet Global repose sur **un panel unique de plus de 25 000 individus de 2 ans et plus**, dont 4 500 internautes équipés de deux ou trois écrans (ordinateur et/ou téléphone mobile et/ou tablette), qui permet de mesurer 'nativement' l'audience globale de plus de 6 000 marques et 1000 applications. La mesure bénéficie des méthodologies innovantes d'hybridation mariant panels et big data mises au point par Médiamétrie. De cette mesure globale découlent les résultats d'audience sur chacun des écrans : ordinateur, téléphone mobile et tablette. La mesure prend en compte le surf des internautes quel que soit le lieu, le mode de connexion (3G/4G/Wifi) ou le protocole (http/https) pour l'ensemble des sites et applications.

Groupe ou Parent : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Une Brand ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent. Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des Brands (et non des URLs) qui lui sont rattachées.

Marque ou Brand : La Brand est le niveau « marque ». Une Brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

*Les marques participant à la mesure par l'implémentation d'un Tag sur au moins 50 % de leur périmètre sont notifiées «**T**» ; celles dont le périmètre est intégralement taggué et certifié par l'ACPM (Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias) sont notifiées «**T ACPM/OJD**».*

Visiteurs uniques par mois : Nombre total d'internautes ayant visité un groupe ou une marque au moins une fois pour le mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les internautes ayant visité le même groupe (ou la même marque) plusieurs fois ne sont comptés qu'une fois.

Visiteurs uniques moyens par jour : Nombre moyen d'internautes ayant visité un groupe ou une marque au moins une fois au cours d'une journée pour le mois concerné. Les internautes ayant visité le même site plusieurs fois dans la journée ne sont comptés qu'une fois.

A propos de Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public, les tendances du marché et favorise l'émergence d'une référence de la data média en France. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, Internet (ordinateur, smartphone et tablette), le Cinéma, et le Cross-Médias.

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Médiamétrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

www.mediametrie.fr
Twitter : @Mediametrie
Instagram : @mediametrie.officiel

Contacts Presse :

Isabelle Lellouche Filliau
Tél : 01 47 58 97 26
ilellouche-filliau@mediametrie.fr

Juliette Destribats
Tél : 01 47 58 97 55
jdestribats@mediametrie.fr